

Peran Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Di Era Digital

Andi Suriyati¹, Abella Hikma Rinayah², Titin Hartini

Program Pascasarjana UIN Raden Fatah Palembang

Email: andisuriyati304@gmail.com , abellahikmar@gmail.com ,
titinhartini_uin@radenfatah.ac.id

Abstract

This research aims to examine the role of strategic management in increasing company competitiveness in the digital era. In the midst of rapid technological change, companies must be able to respond quickly to remain relevant and competitive. Strategic management functions as a framework that helps companies formulate, implement, and evaluate policies to achieve competitive advantage. This article will discuss various aspects of strategic management, such as innovation, digitalization, and adaptation to market changes. With a case study approach and literature review, this article highlights the importance of flexible, innovative and data-based strategic management in facing the challenges of the digital era.

Keywords: *Strategic Management, Competitiveness, Digital Era, Innovation, Digitalization, Company Adaptation*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital. Di tengah perubahan teknologi yang pesat, perusahaan harus mampu merespons dengan cepat untuk tetap relevan dan kompetitif. Manajemen strategi berfungsi sebagai kerangka kerja yang membantu perusahaan merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi kebijakan untuk mencapai keunggulan bersaing. Artikel ini akan membahas berbagai aspek manajemen strategi, seperti inovasi, digitalisasi, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Dengan pendekatan studi kasus dan tinjauan literatur, artikel ini menyoroti pentingnya manajemen strategi yang fleksibel, inovatif, dan berbasis data dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata Kunci : *Manajemen Strategi, Daya Saing, Era Digital, Inovasi, Digitalisasi, Adaptasi Perusahaan*

Pendahuluan

Di era digital yang berkembang pesat, daya saing perusahaan sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk mengelola perubahan teknologi secara efektif. Manajemen strategi memainkan peran penting dalam membantu perusahaan menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat, di mana inovasi, digitalisasi, dan kemampuan beradaptasi menjadi faktor kunci untuk bertahan dan berkembang. Perusahaan tidak lagi hanya berkompetisi dalam hal harga dan kualitas produk, tetapi juga dalam kecepatan mereka dalam merespons perubahan teknologi dan kebutuhan konsumen.

Manajemen digital, pada dasarnya, melibatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi guna mengoptimalkan proses bisnis, memperkuat keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan mengadopsi pendekatan ini, perusahaan dapat memanfaatkan potensi data, mengintegrasikan sistem, dan mengembangkan strategi inovatif (Intan Astari Kusuma, 2023)

Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan big data telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan membuat keputusan bisnis. Kemampuan untuk memanfaatkan data dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif menjadi keunggulan kompetitif yang menentukan. Perusahaan seperti PT Telkom Indonesia telah menunjukkan bagaimana transformasi digital yang strategis dapat meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, sekaligus menghadapi tantangan seperti keamanan data dan regulasi yang terus berubah.

Transformasi digital telah mengubah secara mendasar cara perusahaan mengelola operasional dan berinteraksi dengan pelanggan. Untuk meraih kesuksesan di era digital, perusahaan perlu

mengintegrasikan teknologi informasi dengan model bisnis yang inovatif. Keberhasilan dalam mencapai keunggulan kompetitif bergantung pada keselarasan antara strategi bisnis dan teknologi yang diterapkan (Hapriyanto, 2024).

Dalam dunia bisnis yang terus berubah, transformasi digital tidak hanya sekadar penerapan teknologi baru. Proses ini juga mencakup perubahan budaya perusahaan, peningkatan efisiensi operasional, serta pengembangan keterampilan karyawan. Keselarasan antara strategi bisnis dan teknologi memainkan peran penting dalam mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan efisiensi, dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi yang tepat, perusahaan dapat memperkuat daya saingnya di pasar dan menjadi lebih tangguh dalam menghadapi perubahan. Namun, keberhasilan transformasi digital memerlukan partisipasi aktif dari seluruh lapisan organisasi.

Untuk meningkatkan daya saing di era digital yang terus berkembang, perusahaan dapat bekerja sama dengan mitra strategis dan startup teknologi. Kolaborasi ini memungkinkan perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru, menciptakan produk atau layanan inovatif, serta memanfaatkan keunggulan komparatif dari mitra mereka. Dengan cara ini, perusahaan dapat memperkuat posisi kompetitif dan membedakan diri dari para pesaing (Mohamad Afrizal Miradji, 2024).

Namun, kolaborasi semacam ini juga memiliki tantangan, seperti perbedaan budaya organisasi, kesulitan dalam mengelola hubungan yang kompleks, atau risiko kegagalan kerja sama. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memilih mitra yang tepat, membangun hubungan yang saling menguntungkan, dan menerapkan mekanisme pengelolaan risiko yang efektif. Secara keseluruhan, kolaborasi dengan mitra strategis dan startup teknologi dapat menjadi strategi kunci untuk memperkuat inovasi

dan menciptakan keunggulan kompetitif di era digital. Dengan menggabungkan keahlian dan sumber daya, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan berinovasi, mengakses teknologi terbaru, menjangkau pasar baru, serta mempertahankan daya saing di industri yang terus berubah.

Manajemen strategi di era digital tidak hanya berfokus pada perencanaan jangka panjang, tetapi juga pada fleksibilitas dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar secara cepat. Persaingan global semakin ketat, bahkan perusahaan kecil yang inovatif dapat bersaing dengan perusahaan besar jika mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Selain itu, transformasi digital juga menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan keterampilan sumber daya manusia agar selaras dengan kebutuhan pasar yang dinamis. (Jamaludin, 2024)

Namun, tantangan seperti risiko keamanan siber, perubahan model bisnis tradisional ke digital, dan kebutuhan akan inovasi yang berkelanjutan menambah kompleksitas pengelolaan strategi. Oleh karena itu, manajemen strategi yang sukses di era digital harus mampu mengintegrasikan berbagai aspek teknologi, sumber daya manusia, dan kebijakan perusahaan secara sinergis. Fokus pada adaptasi holistik ini memungkinkan perusahaan tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah perubahan yang terus menerus terjadi di lingkungan bisnis global.

Pendekatan strategis yang berbasis data, kemampuan beradaptasi, dan inovasi menjadi syarat mutlak untuk mempertahankan daya saing di era digital. Artikel ini akan membahas bagaimana manajemen strategi dapat diterapkan untuk mendukung transformasi digital perusahaan, serta bagaimana perusahaan dapat menghadapi tantangan dan

memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Metode Penelitian

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tinjauan literatur yang mendalam. Penelitian ini mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah, dan laporan industri yang membahas manajemen strategi, transformasi digital, dan daya saing perusahaan. Data tersebut dianalisis secara deskriptif dengan menyoroti penerapan strategi-strategi digital oleh perusahaan-perusahaan yang telah sukses beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Analisis juga mencakup identifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengimplementasikan manajemen strategi di era digital, dengan fokus pada aspek keamanan data, inovasi teknologi, dan perubahan model bisnis. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memberikan wawasan komprehensif mengenai bagaimana manajemen strategi berperan dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah era digital yang terus berubah.

Pembahasan

1. Peran Manajemen Strategi dalam Era Digital

Manajemen strategi adalah proses perencanaan dan pengelolaan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Di era digital, peran manajemen strategi menjadi semakin penting karena perusahaan harus beradaptasi dengan pesatnya perubahan teknologi dan kebutuhan pasar yang dinamis. Salah satu aspek kunci dalam manajemen strategi digital adalah kemampuan perusahaan

untuk memanfaatkan data dan teknologi untuk memperoleh wawasan yang dapat mendukung keputusan bisnis. Teknologi seperti big data, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things (IoT) telah membuka peluang baru dalam hal inovasi produk, efisiensi operasional, dan pengalaman pelanggan yang lebih personal

Manajemen strategi memainkan peran dalam era digital yang ditandai oleh perubahan teknologi yang cepat dan dinamika pasar yang kompleks. Perusahaan perlu merancang strategi yang adaptif untuk mengantisipasi perubahan pasar, memanfaatkan teknologi baru, dan mendorong inovasi yang berkelanjutan. Manajemen strategi membantu perusahaan dalam menetapkan visi jangka panjang, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta merumuskan langkah-langkah taktis yang efektif (Djogo, 2022)

Di era digital, manajemen strategi juga berperan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses bisnis, mempercepat transformasi digital, serta mengelola kolaborasi dengan mitra eksternal, termasuk startup teknologi dan mitra strategis lainnya. Selain itu, manajemen strategi yang efektif memastikan perusahaan mampu mengelola risiko digital, seperti keamanan data dan disrupsi teknologi, sehingga dapat menjaga keunggulan kompetitif. Dengan demikian, manajemen strategi bukan hanya menjadi alat perencanaan, tetapi juga menjadi kunci bagi perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah lanskap bisnis yang terus berkembang.

Dalam hal ini, manajemen strategi tidak lagi hanya berfokus pada perencanaan jangka panjang yang bersifat statis, tetapi juga pada fleksibilitas dan responsivitas terhadap perubahan pasar yang cepat. Misalnya, perusahaan yang mampu mengintegrasikan analitik data ke dalam strategi pemasaran dapat lebih cepat mengidentifikasi tren pasar

dan meresponsnya dengan penawaran yang sesuai. Oleh karena itu, manajemen strategi digital harus mampu menggabungkan elemen teknologi dengan kebijakan dan budaya perusahaan agar mampu menghadapi tantangan global yang semakin kompleks.

2. Tantangan dalam Menerapkan Manajemen Strategi Digital

Meskipun manajemen strategi digital menawarkan berbagai peluang, implementasinya tidak tanpa tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah mengelola dan melindungi data. Di era digital, data menjadi salah satu aset paling penting bagi perusahaan, tetapi juga menjadi target utama serangan siber. Menurut beberapa penelitian, risiko serangan cyber dan pelanggaran data semakin meningkat, dan perusahaan perlu menerapkan kebijakan keamanan yang ketat untuk menghindari kebocoran informasi yang dapat merugikan reputasi dan kinerja bisnis mereka.

Tantangan juga muncul dalam menghadapi perubahan strategi pemasaran di era digital, di mana inovasi dan kreativitas menjadi elemen penting akibat persaingan bisnis yang semakin ketat. Memiliki keunggulan kompetitif yang unik dan terus-menerus membedakan diri dari pesaing menjadi kunci dalam menarik perhatian konsumen serta mempertahankan pangsa pasar. Selain itu, laju perubahan teknologi dan tren digital menjadi masalah yang signifikan. Kemampuan dunia usaha untuk merespons dengan cepat terhadap kemajuan teknologi baru dan perkembangan tren konsumen sangat penting. Seiring berkembangnya teknologi, perilaku konsumen, dan tren pasar, tantangan baru akan muncul, dan organisasi harus siap menghadapinya. Dengan manajemen perubahan yang efektif, organisasi dapat mengelola perubahan dengan

lebih baik, mengatasi hambatan, serta memanfaatkan peluang yang ada di era digital (Tarisa Aulia Ananda, 2023).

Selain itu, perusahaan harus menghadapi tantangan terkait dengan perubahan model bisnis. Seiring dengan digitalisasi, banyak perusahaan yang beralih dari model bisnis tradisional ke model berbasis platform atau layanan digital. Perubahan ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang teknologi baru dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat. Misalnya, perusahaan yang dulunya berfokus pada penjualan produk fisik kini perlu beralih ke penjualan layanan berbasis langganan atau model berbasis digital lainnya.

Perubahan model bisnis ini menuntut manajemen untuk memiliki strategi yang jelas dalam mengelola transformasi, baik dari sisi operasional, teknologi, maupun budaya perusahaan.

3. Peluang yang Diciptakan oleh Transformasi Digital

Di sisi lain, transformasi digital juga menciptakan peluang besar bagi perusahaan yang dapat mengelola dan memanfaatkan teknologi dengan baik. Salah satu peluang terbesar yang muncul adalah kemampuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan melalui personalisasi yang lebih baik. Dengan memanfaatkan teknologi seperti big data dan AI, perusahaan dapat lebih memahami preferensi pelanggan dan memberikan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, otomatisasi proses bisnis yang didorong oleh teknologi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi.

Salah satu contoh yang relevan adalah penggunaan teknologi dalam e-commerce. Perusahaan seperti Amazon dan Alibaba telah mengembangkan sistem berbasis AI untuk merekomendasikan produk yang relevan kepada pelanggan berdasarkan perilaku belanja mereka. Hal

ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan konversi penjualan dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal. Selain itu, teknologi juga memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah dan lebih murah, mengurangi hambatan geografis yang sebelumnya membatasi ekspansi bisnis.

4. Strategi Diferensiasi sebagai Kunci Keunggulan Kompetitif

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, strategi diferensiasi menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan adanya digitalisasi, perusahaan harus dapat menawarkan nilai lebih yang tidak hanya berupa produk atau layanan yang lebih baik, tetapi juga pengalaman pelanggan yang lebih menarik. Perusahaan yang mampu menciptakan nilai tambah melalui inovasi dan teknologi akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang.

Strategi diferensiasi bertujuan untuk menawarkan produk yang memiliki perbedaan dibandingkan dengan pesaing, melalui satu atau beberapa cara yang dapat dinilai oleh pelanggan, sehingga memengaruhi keputusan mereka. Meskipun sering dikaitkan dengan harga yang lebih tinggi, hal ini tidak selalu berlaku, karena kenaikan harga yang signifikan dapat mengurangi daya tarik produk bagi konsumen. Keberhasilan strategi ini tidak hanya bergantung pada biaya rendah, tetapi dapat dibedakan melalui berbagai aspek, seperti peningkatan tampilan, kualitas, prestise, ciri khas, jaminan layanan, keandalan, atau kepercayaan terhadap produk. Dalam mengembangkan diferensiasi, penting untuk melihatnya dari perspektif pelanggan, dengan memahami bagaimana mereka menggunakan produk dan komponen-komponen apa yang memenuhi harapan mereka. Secara keseluruhan, tujuan dari diferensiasi

adalah untuk meningkatkan pembelian, kepuasan, dan loyalitas pelanggan (Sulistiani, 2014)

Oleh karena itu, analisis terhadap pelanggan dan pesaing harus memberikan pemahaman yang mendalam tentang perbedaan yang dapat meningkatkan nilai manfaat bagi pelanggan. Terakhir, strategi diferensiasi yang diusulkan perlu diuji dengan melihat reaksi pelanggan dan mungkin dengan melakukan analisis ekonomi serta perspektif pelanggan.

Contoh penerapan strategi diferensiasi dapat dilihat pada perusahaan teknologi seperti Apple dan Tesla, yang tidak hanya menawarkan produk berkualitas tinggi, tetapi juga pengalaman pengguna yang unik. Manajemen strategi yang tepat, yang berfokus pada inovasi berkelanjutan dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, dapat membantu perusahaan mempertahankan daya saing di pasar yang semakin jenuh.

5. Pentingnya Keterampilan Digital dalam Manajemen Strategi

Keterampilan digital yang dimiliki oleh tenaga kerja perusahaan juga menjadi faktor penentu keberhasilan implementasi manajemen strategi digital. Di era digital, perusahaan memerlukan tenaga kerja yang terampil dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi untuk mendukung operasional dan strategi bisnis. Hal ini mencakup keterampilan dalam analitik data, pengelolaan proyek digital, serta kemampuan untuk berinovasi dalam menciptakan produk dan layanan baru (Hilda Yunita Wono, 2020)

Perusahaan perlu berinvestasi dalam pengembangan keterampilan digital karyawan mereka melalui pelatihan dan pendidikan berkelanjutan. Dengan tenaga kerja yang terampil dan siap menghadapi tantangan

teknologi, perusahaan akan lebih mudah untuk beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk tetap kompetitif.

Simpulan

Manajemen strategi memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, terutama di era digital yang penuh tantangan dan peluang. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, perusahaan yang berhasil memanfaatkan inovasi digital, data besar (big data), dan kecerdasan buatan (AI) dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Namun, untuk dapat bersaing di pasar global, perusahaan harus mampu menghadapi berbagai tantangan seperti pengelolaan data, keamanan siber, serta perubahan model bisnis yang terjadi akibat digitalisasi. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan keterampilan digital karyawan agar mereka siap menghadapi perubahan dan berinovasi dalam menciptakan produk serta layanan yang lebih baik. Dengan pendekatan yang fleksibel, berbasis data, dan responsif terhadap perubahan pasar, manajemen strategi dapat memastikan perusahaan tetap relevan dan kompetitif di era digital ini.

Daftar Pustaka

- Djogo, O. Y. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada. *Jurnal Ilmu Administrasi*, hal.45.
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, hal.10.
- Hilda Yunita Wono, N. S. (2020). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 79-78.
- Intan Astari Kusuma, F. D. (2023). Analisis Manajemen Digital dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 12.
- Jamaludin, A. F. (2024). Transformasi Digital Manajemen Strategi dalam Menghadapi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, hal.3-4.
- Mohamad Afrizal Miradji, W. A. (2024). Inovasi Dalam Manajemen Strategi: “Membangun Keunggulan Kompetitif Bisnis Di Era Digital”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, hal.33.
- Sulistiani, D. (2014). Mencapai Keunggulan Bersaing Dengan Strategi Diferensiasi. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, hal.3.
- Tarisa Aulia Ananda, N. K. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, hal.100.